

# ارزیابی قانون ممنوعیت شبکه‌های ماهواره‌ای؛ انتظارات و واقعیت‌ها

حسین صدری‌نیا\*

تاریخ پذیرش ۱۳۹۳/۹/۱۸	تاریخ دریافت ۱۳۹۳/۳/۱۲
-----------------------	------------------------

در حال حاضر بر فراز محدوده جغرافیایی ایران حدود ۱۰۰ ماهواره فعالیت و برنامه‌های قریب به سه هزار شبکه تلویزیونی را پخش می‌کنند که از میان آنها دستکم ۳۰ شبکه فارسی‌زبانند و عمدتاً مردم ایران، افغانستان، تاجیکستان و دیگر فارسی‌زبانان ساکن در اقصی نقاط جهان را مخاطب برنامه‌های خود قرار داده‌اند. در داخل کشور نیز علاوه بر شبکه‌های اختصاصی مراکز استان‌ها، بیش از ۲۰ شبکه تلویزیونی از تهران برنامه پخش می‌کنند که به‌رغم فعالیت آنها، میزان تمایل به اخبار و دیگر برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای طی سالیان اخیر نه تنها کم نشده، بلکه به‌طور مداوم افزایش یافته و این در حالی است که بیش از دو دهه از زمان تصویب قانون ممنوعیت به کارگیری تجهیزات دریافت از ماهواره در سال ۱۳۷۳ گذشته و به‌رغم بروز مسائل و مشکلاتی در روند اجرای مفاد این قانون، معالوصف تاکنون اقدام مؤثری برای بازنگری یا تجدیدنظر در آن به عمل نیامده است. در این مقاله ضمن بررسی علل گرایش روزافزون شهروندان و بالاخص قشر جوان به شبکه‌های ماهواره‌ای، با استناد به نتایج یک پژوهش دانشگاهی با عنوان «عوامل مؤثر جذب‌کننده نوجوانان و جوانان تهرانی به اخبار تلویزیون فارسی بی.بی.سی» راهکارهایی برای برون‌رفت از وضعیت کنونی پیشنهاد شده‌اند.

**کلیدواژه‌ها:** ممنوعیت قانونی؛ خبر؛ شبکه‌های ماهواره‌ای؛ صداوسیما؛ انحصار و فناوری؛ جوانان

## مقدمه

ظرف چند دهه اخیر، به تبع پیشرفت فناوری‌ها، شبکه‌های ارتباطی جدیدی ایجاد شده‌اند که از مؤثرترین آنها شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای و نیز شبکه‌های اجتماعی اینترنتی هستند که امکان ارتباط فرا زمانی و فرامکانی انسان‌ها را به صورت فردی و جمعی با یکدیگر فراهم کرده و با درنوردیدن مرزهای جغرافیایی، ملت‌ها و دولت‌ها را در مقابل یک تحول گریزناپذیر ارتباطی قرار داده‌اند.

به لحاظ تاریخی، اولین ماهواره ساخت بشر، در سال ۱۹۵۷ و در بحبوحه جنگ سرد توسط شوروی سابق به فضا پرتاب شد و یک سال بعد از آن آمریکا نیز ماهواره‌ای را در مدار زمین قرار داد. رقابت تنگاتنگ میان این دو رقیب و برخی جوامع پیشرفته و صنعتی دیگر به‌ویژه در عرصه‌های فنی و نظامی، به تدریج به توسعه فناوری‌های مرتبط با ماهواره انجامید تا اینکه در دهه ۱۹۸۰، انتقال امواج تلویزیونی از طریق ماهواره‌ها به سطح زمین عملاً امکان‌پذیر شد. در ایران نیز بحث شبکه‌های ماهواره‌ای عمدتاً از سال ۱۳۷۰ به بعد مطرح شد و متعاقباً برخی از افراد حقیقی و حقوقی به‌ویژه در شهرهای بزرگ توانستند از طریق سیستم DTH و گیرنده‌های اختصاصی خود به صورت مستقیم امواج ماهواره‌ای را دریافت و در قالب تصویر تماشا کنند. در آن زمان، برای دریافت امواج شبکه‌های ماهواره‌ای باید دیش‌های بزرگی نصب می‌شد که البته تهیه و استفاده از آنها به سادگی و برای همگان ممکن نبود.

به موازات گذشت زمان و پیشرفت فناوری‌ها، این روند ادامه یافت تا جایی که اکنون در ۱۵۹ مدار تعریف شده در حریم کره زمین، بیش از ۲۰۰ ماهواره تلویزیونی مستقر شده‌اند که نیمی از آنها (حدود ۱۰۰ ماهواره) فضای ایران را کاملاً تحت پوشش و سیطره خود قرار داده و امکان دریافت حدود سه هزار شبکه ماهواره‌ای و به‌ویژه بیش از ۳۰ شبکه فارسی‌زبان را در اقصی نقاط کشور برای علاقه‌مندان فراهم ساخته‌اند. پرواضح است که همه این شبکه‌ها مشابه نیستند و به لحاظ اهداف مورد نظر مؤسسان، حرفه‌ای بودن مجریان و دست‌اندرکاران، تنوع و محتوای برنامه‌ها، مخاطبان هدف و نوع نگرش به مسائل ایران و جهان تفاوت فاحشی با هم دارند. به‌عنوان مثال برخی از اینها نظیر «صدای آمریکا»<sup>۱</sup> و تلویزیون فارسی «بی.بی.سی»<sup>۲</sup> که

1. Voice of America (VOA)

2. British Broadcasting Corporation (Chanel) Persian TV

به ترتیب براساس مصوبه کنگره آمریکا و مجلس اعیان انگلیس ایجاد شده‌اند، عملاً توسط مسئولان سیاسی این کشورها سیاستگذاری و مدیریت می‌شوند درحالی که بیشتر شبکه‌های فارسی‌زبان را اشخاص حقیقی اداره می‌کنند.

از میان این شبکه‌ها، برخی که بالاخص در زمینه‌های خبررسانی و نیز بررسی مسائل سیاسی - اجتماعی فعالیت دارند به مرور راه خود را به بسیاری از خانه‌های شهری، روستایی و حتی عشایری باز کرده و به واقعیت‌هایی انکارناپذیر در جامعه امروز ایران تبدیل شده‌اند. چنین به نظر می‌رسد که نظیر بسیاری از دستاوردهای بشر، شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای نیز تیغ دولبه‌ای هستند که هم‌زمان با خلق فرصت‌هایی برای فرد و جامعه، تهدیدها و خطرات دنیوی و اخروی متعددی نیز متوجه هر دو می‌سازند و به همین دلیل از بدو ظهور این شبکه‌ها در ایران، حساسیت‌ها و واکنش‌ها در مورد نحوه تعامل با آنها بالا گرفت تا اینکه سرانجام در ۲۳ بهمن ۱۳۷۳ «قانون ممنوعیت به کارگیری تجهیزات دریافت از ماهواره» توسط نمایندگان مجلس شورای اسلامی به تصویب رسید.<sup>۱</sup>

اکنون بیش از دو دهه از آن زمان سپری شده است و شواهد و واقعیت‌های موجود به‌ویژه در زمینه افزایش روزافزون آمار مخاطبان شبکه‌های ماهواره‌ای حکایت از آن دارند که طی این مدت اقدامات سلبی و ایجابی پیش‌بینی شده در این قانون چنانکه انتظار می‌رفت، ثمربخش نبوده‌اند و به همین سبب بعضی دست‌اندرکاران امور اجرایی و نمایندگان مجلس شورای اسلامی از چندی پیش در صدد اصلاح این قانون برآمده‌اند اگرچه هیچ‌یک از لوایح و طرح‌های مورد نظر آنها تاکنون به نتیجه مطلوب منتهی نشده‌اند.

به‌عنوان مثال مسئولان مربوطه در قوه مجریه، در قالب بند «ط» ماده (۱۰۴) برنامه پنجساله چهارم ایجاد شبکه‌های کابلی و از طریق بند «ب» ماده (۱۰) قانون برنامه پنجساله پنجم تقویت شبکه‌های ماهواره‌ای همسو را پیش‌بینی کردند که هیچکدام از این برنامه‌ها عملیاتی نشدند.

به همین ترتیب عمده‌ترین اقدام نمایندگان مجلس ششم برای تجدیدنظر در این قانون در مصوبه‌ای تحت عنوان «طرح اصلاح ممنوعیت به کارگیری تجهیزات دریافت از ماهواره»

---

۱. متن و آیین‌نامه اجرایی این قانون در قسمت پیوست مقاله آورده شده است.

در جلسه مورخه ۱۳۸۱/۷/۲۸ تبلور یافت اما به رغم همه جرح و تعدیل‌هایی که در هنگام بررسی و تصویب آن در این طرح اعمال شده و آن را از صورت اولیه‌اش خارج کرده بود، مع‌الوصف شورای نگهبان این مصوبه را نیز ردّ کرد و لذا هرگز به مرحله اجرا نرسید. متعاقباً در سال ۱۳۸۵ طرحی با عنوان «طرح استفاده مدیریت شده از ماهواره‌های پخش مستقیم» توسط تعدادی از نمایندگان تهیه و در مورخه ۱۳۸۵/۳/۲۴ در مجلس اعلام وصول شد که شامل ۱۰ ماده و ۴ تبصره بود که این طرح نیز به دلیل پیش‌بینی تشکیل مراکز خصوصی دریافت از ماهواره که منجر به شکستن انحصار صداوسیما می‌شد، هیچگاه در دستور کار مجلس شورای اسلامی قرار نگرفت.

به هر حال اکنون پس از گذشت افزون بر دو دهه از زمان تصویب قانون ممنوعیت به کارگیری تجهیزات دریافت از ماهواره، علاوه بر مردم، صاحب‌نظران و نخبگان دانشگاهی، مقامات عالیرتبه دولتی همچون وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی نیز بر این نکته تأکید دارند که جمع‌آوری ماهواره‌ها بی‌تأثیر بوده و استفاده مردم از این شبکه‌ها روزبه روز بیشتر شده است (عصر ایران، ۹۴/۲/۲۰).

## ۱. تمایل روزافزون مخاطبان ایرانی به شبکه‌های ماهواره‌ای به رغم استمرار ممنوعیت قانونی

ممنوعیت کنونی شبکه‌های ماهواره‌ای در ایران بی‌شبهت به مقابله انفعالی با ویدئو در سال‌های اولیه پس از پیروزی انقلاب نیست زیرا در آن سال‌ها، استفاده از ویدئو بدون اینکه قانون مشخصی دالّ بر ممنوعیت آن وجود داشته باشد، جرم بزرگی به شمار می‌رفت و در همان حال تعداد زیادی از مردم از ویدئو استفاده می‌کردند. اکنون ویتترین فروشگاه‌های لوازم صوتی و تصویری مملو از انواع دستگاه‌های ویدئو شده است و به دلیل اینکه خرید و فروش و جابجایی آن جرم محسوب نمی‌شود، هیچ‌گونه حرص و ولعی هم برای خرید و استفاده از آنها وجود ندارد. تجهیزات گیرنده شبکه‌های ماهواره‌ای نیز طی دو دهه گذشته

---

۱. برخی از مستندات این مقاله همچون این مورد در جریان ارزیابی به درخواست داوران محترم به روز شده و لذا تاریخ آنها بعد از ثبت و پذیرش مقاله است.  
www.asriran.com

چنین وضعی پیدا کرده‌اند با این تفاوت که ممنوعیت قانونی در این مورد مزید بر علت شده است.

اگرچه به علت پابرجا بودن «قانون ممنوعیت به کارگیری تجهیزات دریافت از ماهواره مصوب ۱۳۷۳/۱۱/۲۳»، گزارش رسمی و دقیقی از آمار بینندگان شبکه‌های ماهواره‌ای و همچنین تعداد گیرنده‌های ماهواره‌ای موجود در کشور وجود ندارد، با این وصف اظهارات مقامات مسئول و گزارش‌های رسمی و غیررسمی منتشر شده در سطح سایت‌ها و رسانه‌های مکتوب همگی حکایت از آن دارند که در حال حاضر بین ۴۰ درصد (ضرغامی، خبرگزاری مهر، ۱۳۹۳/۳/۹) تا حداکثر ۷۰ درصد از جمعیت کشور مخاطب شبکه‌های ماهواره‌ای هستند (پیام نو، ۱۳۹۲/۱۲/۱۹).<sup>۱</sup> به گفته برخی صاحب‌نظران، تعداد بینندگان شبکه‌های ماهواره‌ای از تماشاگران شبکه‌های سیما هم بیشتر شده است (عصر ایران به نقل از تسنیم، ۱۳۹۳/۶/۲) بدان سبب که «مردم آنچه را دوست دارند و مورد علاقه و سلیقه آنهاست در صداوسیما نمی‌بینند».<sup>۲</sup> نکته قابل توجه این است که تعداد مخاطبان شبکه‌های ماهواره‌ای در حالی به‌طور مداوم افزایش می‌یابد که مطابق تبصره ذیل ماده (۱۰) قانون ممنوعیت به کارگیری تجهیزات دریافت از ماهواره، اساساً هرگونه نشر آگهی تبلیغاتی از طرق مختلف توسط مطبوعات، صداوسیما یا تبلیغات شهری که متضمن جواز استفاده از برنامه‌های ماهواره‌ای باشد، به کلی ممنوع است و جالب‌تر اینکه خود سیما نیز که بعضاً با ضبط و پخش گوشه‌هایی از برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای در صدد برجسته کردن نقاط ضعف آنها برآمده، این تبصره را نقض و ناخودآگاه با هدف ضد تبلیغی، عملاً به نفع آنها تبلیغ کرده است.

در اینجا ذکر دو نکته مهم ضرورت دارد به این ترتیب که اولاً افزایش تعداد مخاطبان شبکه‌های ماهواره‌ای صرفاً اختصاص به ایران ندارد و مطابق آمارها، تعداد مخاطبان این شبکه‌ها در یک دهه اخیر در اغلب نقاط جهان چند برابر شده است، ثانیاً صداوسیما نیز طی سال‌های اخیر اقدامات مثبت متعددی برای جلب نظر عموم مخاطبان و به‌ویژه جوانان انجام داده است که برخی از آنها مؤثر بوده‌اند و نباید از نظر دور داشته شوند.

در واقع، استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای در میان اقشاری از مردم و بالاخص قشر تحصیل کرده،

---

1. <http://payamno.com/detail=52781>

۲. این جمله نقل قولی از داود میرباقری، کارگردان سریال امام علی (ع) است (سایت خبری عصر ایران، ۱۳۹۴/۴/۳۱).

امری عادی و اجتناب‌ناپذیر شده و به تبع پیشرفت فناوری و کوچک شدن ابعاد تجهیزات از یک سو و فراگیر شدن استفاده از این شبکه‌ها از سوی دیگر، مبارزه با این پدیده را رفته رفته دشوار و ممنوعیت استفاده از آن به رویکردی کاملاً ناموفق و پرهزینه تبدیل شده است. این نکته را افراد آگاه خیرخواه مدت‌هاست که متذکر شده‌اند، چنانکه سیدجلال یحیی‌زاده، عضو کمیسیون فرهنگی مجلس هفتم و هشتم چندی قبل طی جمله‌ای موجز و خلاصه تصریح کرده بود که «نفی ماهواره نه ممکن است و نه ضرورت دارد» (خبرگزاری مهر، ۱۳۸۵/۵/۲۴).

وانگهی، همه شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان برون‌مرزی، محتوا، کیفیت و میزان اثرگذاری یکسانی ندارند و به قول عماد افروغ، نماینده پیشین مردم تهران و رئیس کمیسیون فرهنگی مجلس هفتم «همه برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای مبتدل نیستند و از [شبکه‌های] ماهواره‌ای برنامه‌های خوب هم پخش می‌شوند که [بعضاً] شاید از تولیدات صداوسیما هم فاخرتر باشند» (همان).

در این مقاله، ضمن مروری کوتاه بر مبنای انحصار صداوسیما در ایران، سیاست‌های سلبی و ایجابی اعمال شده برای مقابله با شبکه‌های ماهواره‌ای طی دو دهه گذشته بررسی و سپس با استناد به نتایج یک پژوهش دانشگاهی، علل اقبال مردم به شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان مورد توجه قرار گرفته و در پایان راهکارهایی برای خروج از این بلاتکلیفی ارائه شده است.

## ۲. مبنای انحصار رسانه‌ای در ایران

به رغم اینکه اصل (۴۴) قانون اساسی - که رادیو و تلویزیون را نظیر صنایع بزرگ به صورت مالکیت عمومی و در اختیار دولت می‌داند - و نیز اصل (۱۷۵) این قانون که به نحوه اداره صداوسیما اشاره دارد، هر دو در مورد امکان تأسیس شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی خصوصی و غیردولتی ساکنند، با این وصف استفساریه سال ۱۳۷۹ شورای نگهبان در مورد تفسیر اصل (۴۴) پیرامون ممنوعیت ایجاد شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی اختصاصی صراحت دارد و لذا با استناد به این استفساریه به هیچ عنوان به اشخاص حقیقی یا حقوقی در قالب سه بخش دولتی، تعاونی و خصوصی اجازه تأسیس شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی داده نمی‌شود و در نتیجه سازمان صداوسیما کماکان تنها بازیگر انحصاری و بی‌رقیب این میدان است.

این در حالی است که به استناد تجربه‌های تاریخی و علمی موجود در جهان ایجاد انحصار و موقعیت‌های ویژه و رانتی برای شخصیت‌های حقیقی یا حقوقی در عرصه‌های مختلف اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و... اغلب موارد پیامدهای منفی و خسارات هنگفتی به دنبال دارد، چنانکه انحصار صنایع خودروسازی در ایران صدای همه را درآورده و به قول رئیس مجلس شورای اسلامی، ریشه همه مشکلات صنایع خودروسازی کشور در این است که در این عرصه رقابتی وجود ندارد (دکتر علی لاریجانی، برنامه تلویزیونی سفر بخیر، ۱۳۹۲/۱۲/۲۸). در عرصه‌های فرهنگی نیز وضع کمابیش به همین صورت است با این تفاوت که انحصار در عرصه‌های فرهنگی از نوع «نرم» و «ناپیدا» و خسارت آن «بسیار سنگین» و برخلاف امور اقتصادی «غیرقابل جبران» است، چنانکه بخشی از این خسارت به وضوح در بی‌اعتنا شدن بسیاری از مردم به قانون ممنوعیت به کارگیری تجهیزات دریافت از ماهواره مشاهده می‌شود.

### **۳. ارزیابی سیاست‌های سلبی و ایجابی اعمال شده برای مقابله با شبکه‌های ماهواره‌ای در ایران**

از بدو تصویب قانون ممنوعیت به کارگیری تجهیزات دریافت از ماهواره، سیاست‌های سلبی و ایجابی متعددی برای کاستن از تعداد مخاطبان شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای به مورد اجرا درآمده‌اند که موفقیت این گونه سیاست‌ها با توجه به سیر صعودی آمار بینندگان این شبکه‌ها، مورد تردید است.

#### **۳-۱. سیاست‌های سلبی**

مجموع سیاست‌های قانونمند سلبی و انفعالی پیش‌بینی شده برای مقابله با شبکه‌های ماهواره‌ای در سطح کشور را می‌توان در چهار عرصه به شرحی که در پی می‌آید، تفکیک کرد:

##### **۳-۱-۱. جلوگیری از ورود تجهیزات گیرنده ماهواره به کشور**

به موجب ماده (۱) قانون ممنوعیت به کارگیری تجهیزات دریافت از ماهواره، ورود، توزیع و استفاده از تجهیزات دریافت از ماهواره ممنوع است. براساس ماده (۳) این قانون وزارت کشور موظف شده است که با همکاری وزارت اطلاعات با وسایل ممکن نسبت به جلوگیری از ورود

و توزیع تجهیزاتی که صرفاً برای دریافت از ماهواره مورد استفاده قرار می‌گیرند، اقدام و ضمن توقیف وسایل فوق، عاملین آن را با وسایل توقیفی به مراجع صالحه معرفی نماید. همچنین به موجب ماده (۸) این قانون واردکنندگان، تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان تجهیزات دریافت از ماهواره علاوه بر ضبط و مصادره اموال مکشوفه، به پرداخت تا ۱۰۰ میلیون ریال جریمه محکوم می‌گردند.

بدین ترتیب در حالی که گسترش قاچاق کالاهای وارداتی هر سال خزانه کشور را از دریافت ارقام قابل توجهی حقوق گمرکی محروم می‌کند، این قانون وظیفه مضاعف دیگری بر دوش مسئولان مربوطه قرار داده است که در مرزهای گسترده و پهناور آبی - خاکی این کشور، وظایف مشخصی را برعهده دارند. نتیجه اینکه طی دو دهه اخیر اگرچه به ندرت و هرازگاهی اخباری در مورد کشف مقادیری تجهیزات دریافت از ماهواره منتشر شده، اما هیچگاه آمار دقیقی از میزان کشفیات این بخش و میزان جرائم دریافتی ارائه نشده است و فراوانی دیش‌های ماهواره‌ای نصب شده در کل کشور نیز به خودی خود و بدون هیچ توضیحی، از میزان عملیاتی شدن اولین ماده از قانون یادشده حکایت می‌کند.

### ۲-۱-۳. جمع‌آوری تجهیزات ماهواره‌ای از پشت بام‌ها و جلوی پنجره‌ها

دومین اقدام سلبی که بر مبنای ماده (۲) قانون ممنوعیت به کارگیری تجهیزات دریافت از ماهواره به مورد اجرا درآمد، جمع‌آوری تجهیزات ماهواره‌ای و حذف فیزیکی آنها بود زیرا این ماده از قانون رسماً وزارت کشور را موظف کرده است که با استفاده از نیروی انتظامی و یا نیروی مقاومت بسیج در اسرع وقت نسبت به جمع‌آوری تجهیزات دریافت از ماهواره اقدام کند. از آنجا که در این قانون به نحوه جمع‌آوری این تجهیزات و اینکه قاعدتاً باید با رعایت حقوق و حریم خصوصی مردم باشد، اشاره‌ای نشده، اجرای این ماده از قانون در مرحله عمل مسائل و مشکلات زیادی را پدید آورده و منجر به ناراضی‌های شدید افکار عمومی شده است.

این ماده دو بند یا تبصره نیز دارد که بسیار مهمند. براساس بند «الف» این ماده، حمل، نگهداری، نصب و تعمیر تجهیزات دریافت از ماهواره ممنوع بوده و مرتکبین به مجازات نقدی از یک تا پنج میلیون ریال محکوم می‌گردند. همچنین در بند «ب» پیش‌بینی شده است



که وجوه دریافتی بابت مجازات‌های ناشی از مواد (۸ و ۹) این قانون به خزانه واریز می‌شود تا صددرصد آن جهت تأمین هزینه‌های اجرای این قانون و مقابله با تهاجم فرهنگی در اختیار وزارتخانه‌های کشور و فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان صداوسیما قرار گیرد تا در حدود اعتبارات مصوب بودجه سالانه کل کشور به مصرف برسد.

**۳-۱-۳. پیش‌بینی مجازات نقدی برای استفاده‌کنندگان از تجهیزات ماهواره‌ای**  
مطابق ماده (۹) قانون ممنوعیت به کارگیری تجهیزات دریافت از ماهواره، استفاده‌کنندگان از تجهیزات دریافت از ماهواره علاوه بر ضبط و مصادره اموال مکشوفه به مجازات نقدی از یک تا سه میلیون ریال محکوم می‌شوند که این ماده نیز واکنش منفی زیادی را به دنبال داشته و به همین دلیل کمتر دیده شده است که این بخش از قانون قابلیت اجرا پیدا کند.

#### **۳-۱-۴. ارسال پارازیت برای مختل کردن شبکه‌های ماهواره‌ای**

از دیگر اقدامات سلبی مقطعی که برای جلوگیری از دریافت شبکه‌های ماهواره‌ای انجام می‌شود، ارسال پارازیت برای ایجاد اختلال در روند پخش برنامه‌های بعضی از شبکه‌ها است که بر خلاف موارد دیگر، این اقدام اساساً مبنای قانونی ندارد چراکه چنین چیزی در قانون ممنوعیت به کارگیری تجهیزات دریافت از ماهواره نیز پیش‌بینی نشده است.

ایجاد اختلال و پارازیت در روند پخش شبکه‌های ماهواره‌ای صرفنظر از عوارض احتمالی آن بر سلامت مردم و دیگر جانداران - که اگر ثابت شود قابل چشم‌پوشی نخواهد بود - ناراضی ساختن افکار عمومی و همچنین تحمیل هزینه‌های غیرضرور به شهروندان، تاکنون حاصل دیگری دربر نداشته است زیرا شبکه‌های ماهواره‌ای شناخته شده و مورد اقبال، برنامه‌های خود را به‌طور هم‌زمان از چندین کانال پخش می‌کنند و با ایجاد اختلال در یک کانال و شبکه، مخاطبان سراغ کانال‌ها و شبکه‌های دیگر می‌روند ضمن اینکه هرگونه ایجاد محدودیت در این زمینه، براساس ضرب‌المثل معروف «الإنسان حریصٌ علی ما مُنع» انگیزه مخاطبان را برای تماشای شبکه‌های ماهواره‌ای تقویت می‌کند.

ذکر این نکته ضرورت دارد که حتی اگر همه شواهد علمی و پزشکی دلالت‌کننده بر زیان‌آور بودن پارازیت‌های ماهواره‌ای نادیده گرفته شوند همین یک دلیل عقلانی کفایت

می‌کند که غربی‌ها و دشمنان این ملت که در چارچوب تحریم‌های فلج‌کننده و ضد انسانی خود حتی از ارسال دارو و قطعات خودرو و هواپیماهای مسافربری به ایران جلوگیری می‌کردند هرگز کالاهایی نظیر انواع سیگار، نوشابه‌های گازدار و تجهیزات ارسال پارازیت را در زمره موارد تحریم خود قرار نداده‌اند زیرا هر چیزی که برای مردم ایران ضرر قطعی داشته باشد نه تنها در زمره لیست تحریم قرار نمی‌گیرد بلکه تسهیلاتی نیز برای قاچاق آنها به داخل مرزها فراهم می‌شود. برآستی چرا کشورهای غربی هرگز اجازه پخش پارازیت‌های ماهواره‌ای را در محدوده ممالک خود نمی‌دهند، اما چنین تجهیزاتی را می‌سازند و به دیگران می‌فروشند؟

### ۲-۳. سیاست‌های ایجابی

برخی از مفاد قانون ممنوعیت به کارگیری تجهیزات دریافت از ماهواره را می‌توان از نوع تدابیر ایجابی دانست که از جمله آنها می‌توان پیش‌بینی برخی اقدامات فرهنگی، ضبط و پخش برنامه‌های مفید ماهواره‌ای و استثنا کردن برخی سازمان‌ها و شخصیت‌های حقوقی را از شمول این قانون نام برد.

#### ۱-۲-۳. اجرای برنامه‌های تبلیغی و فرهنگی برای جذب مخاطبان

بر اساس ماده (۴) قانون ممنوعیت به کارگیری تجهیزات دریافت از ماهواره، کلیه دستگاه‌های فرهنگی کشور موظف شده‌اند که اثرات مخرب برنامه‌های منحرف‌کننده ماهواره‌ای را در جامعه تبیین کنند که طی ۲۰ سال اخیر در همین زمینه تبلیغات و اقدامات فرهنگی گوناگونی از طریق مساجد، صداوسیما، مدارس و نهادهای رسمی صورت گرفته است که بعضاً تا حدودی نیز موفق بوده‌اند، چنانکه اهالی محله‌ای در شیراز شخصاً گیرنده‌های ماهواره‌ای را جمع‌آوری کرده و برای تخریب در اختیار مسئولان قرار داده‌اند (سایت فرهنگ، ۱۳۹۲/۴/۹)<sup>۱</sup>.

#### ۲-۲-۳. تلاش نافرجام برای اقدام حقوقی علیه پخش برنامه‌های ماهواره‌ای

یکی دیگر از اقدامات ایجابی که در قالب ماده (۱۰) قانون ممنوعیت به کارگیری تجهیزات

دریافت از ماهواره پیش‌بینی شده اما به دلیل نداشتن زمینه مقبولیت بین‌المللی هرگز قابلیت اجرایی نیافت، استفاده از اهرم‌های حقوقی بین‌المللی برای جلوگیری از فعالیت شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان فرامرضی بود.

پرواضح است که اگر چنین کاری امکان‌پذیر بود، چه بسا دیگران نیز برای جلوگیری از فعالیت برخی از شبکه‌های ماهواره‌ای فرامرضی ایران انجام می‌دادند.

### ۳-۲-۳. افزایش تعداد شبکه‌های داخلی

یکی از مهم‌ترین تدابیر ایجابی که برای کاستن از میزان گرایش سلاقی مختلف جامعه و به‌ویژه جوانان و خانواده‌ها به شبکه‌های ماهواره‌ای اندیشیده شد، افزایش تعداد شبکه‌های داخلی بود به گونه‌ای که ظرف چندسال اخیر تعداد شبکه‌های تلویزیونی از حدود پنج شبکه در تهران، به بیش از ۲۰ شبکه رسید و شبکه‌هایی نظیر شما، سلامت، آی فیلم، پویا، ورزش، نسیم، افق و تعدادی شبکه ماهواره‌ای غیرفارسی همچون «پرس.تی.وی» و «العالم» در چارچوب همین هدف راه‌اندازی شدند غافل از اینکه علت اصلی گرایش مخاطبان به سوی شبکه‌های ماهواره‌ای، کم بودن تعداد شبکه‌ها نیست، بلکه فقدان تنوع و تکثر در محتوای آنهاست زیرا همه شبکه‌های داخلی از سیاست واحدی تبعیت می‌کنند و مثلاً در زمینه پخش خبر عملکرد مشابهی دارند، چنانکه حتی در زمینه اخبار غیرسیاسی نیز از اعلام همه ابعاد مربوط خبرها می‌پرهیزند. به‌عنوان مثال در هفته آخر تیرماه ۱۳۹۳، فدراسیون جهانی فوتبال (فیفا) پس از پایان یافتن مسابقات جام جهانی ۲۰۱۴ رده‌بندی جدید کشورها را اعلام کرد که براساس این رده‌بندی، تیم ملی فوتبال ایران به دلیل دو شکست و یک تساوی در مسابقات جام جهانی، با ۶ پله سقوط در مکان ۴۵ جهان و دوم آسیا قرار گرفت اما در حالی که متن خبر مزبور حتی در سایت شبکه خبر کامل ارائه شده بود (شبکه خبر، ۹۳/۴/۲۶) با این وصف هنگام پخش این خبر در چندین شبکه سیما، صرفاً به رتبه جدید ایران اشاره شد و سخنی از ۶ پله سقوط به میان نیامد.

## ۴. چرا تحقیق انجام شده، معطوف به ارزیابی بخش خبر تلویزیون فارسی «بی.بی.سی» شده است؟

در مورد اینکه چرا در میان چندین شبکه خبری ماهواره‌ای، تحقیق مورد نظر معطوف به بخش خبر تلویزیون فارسی «بی.بی.سی» شده است؟ ذکر چند نکته بدین شرح ضرورت دارد: اولاً برای اینکه یک پژوهش کاملاً با رعایت موازین علمی انجام شود و نتایج آن نیز از اطمینان قابل قبولی برخوردار باشد، چاره‌ای جز محدود کردن ابعاد موضوع مورد بررسی وجود ندارد و به همین دلیل از میان شبکه‌های مختلف فارسی‌زبان که برنامه خبری دارند، تلویزیون فارسی «بی.بی.سی» و از خلال برنامه‌های مختلفی که این شبکه تلویزیونی ارائه می‌دهد، صرفاً اخبار این شبکه مورد مطالعه قرار گرفته است.

ثانیاً، در میان شبکه‌های ماهواره‌ای متعددی که برنامه‌هایی به زبان فارسی پخش می‌کنند، تلویزیون فارسی «بی.بی.سی» با وجودی که عمر نسبتاً کوتاهی دارد و رسماً از ۲۵ دی ماه ۱۳۸۷ (۱۴ ژانویه ۲۰۰۹) راه‌اندازی شده است، به سبب وابستگی سازمانی به بنگاه خبرپراکنی بریتانیا<sup>۱</sup> - که بخش رادیویی آن در زمینه انتشار اخبار فارسی کهنه کار بوده و حدود ۷۵ سال سابقه فعالیت دارد<sup>۲</sup> - از اهمیت زیادی برخوردار است. بنابراین اگر قرار بر انجام یک پژوهش آن هم در زمینه مقایسه چگونگی خبررسانی یک شبکه داخلی با یک شبکه ماهواره‌ای باشد، قاعدتاً تلویزیون فارسی «بی.بی.سی» در اولویت قرار می‌گیرد.

ثالثاً، شبکه تلویزیونی فارسی «بی.بی.سی» به اعتراف محافل صاحب‌نظر داخلی و خارجی در عرصه اطلاع‌رسانی بسیار حرفه‌ای‌تر از سایر شبکه‌های مشابه عمل می‌کند و چنانکه مدیر قبلی شبکه جهانی جام جم به درستی متذکر شده است: «از نظر سیاسی شبکه‌ای خطرناک‌تر است که با برنامه‌ریزی دقیق عمل می‌کند و نمونه‌اش هم «بی.بی.سی» فارسی است» (خبرآنلاین به نقل از همشهری جوان، ۱۳۹۰/۲/۲۶) و اساساً به همین دلیل بوده که تلویزیون

---

### 1. British Broadcasting Corporation

۲. بخش فارسی رادیو «بی.بی.سی» از هشتم دی‌ماه ۱۳۱۹ (۲۹ دسامبر ۱۹۴۰) ابتدا به بهانه رقابت با بخش فارسی رادیو برلین و مقابله با تبلیغات حکومت نازی آلمان تأسیس شد، اما پس از جنگ جهانی دوم و شکست آلمان نیز کماکان به کار خود ادامه داد و حتی راه‌اندازی تلویزیون فارسی «بی.بی.سی» در ۶۸ سال بعد نیز باعث توقف فعالیت‌های آن نشد. <http://fa.wikipedia.org>

بی.بی.سی فارسی در اولین سال‌های فعالیت خود، در میان بیش از ۱۵۰ کانال تلویزیونی سراسر جهان به‌عنوان بهترین کانال خبری انتخاب شده و جوایزی را از اتحادیه رادیو و تلویزیون‌های بین‌المللی و دیگر مراجع ذی‌ربط دریافت کرده است. اگرچه نقش آفرینی این شبکه در جریان انعکاس رویدادهای سال ۱۳۸۸ ایران و سیاسی‌کاری مجامع بین‌المللی در اعطای این جوایز بی‌تأثیر نبوده‌اند، با این وصف همه اینها دلیلی بر انکار قابلیت‌های حرفه‌ای این شبکه نمی‌شود.

رابعاً، واکنش مقامات مسئول کشور در قبال فعالیت شبکه تلویزیونی فارسی «بی.بی.سی» تاکنون به مراتب بیشتر و تندتر از دیگر شبکه‌های تلویزیونی فارسی‌زبان بوده، به‌گونه‌ای که هرگز به خبرنگاران این شبکه اجازه فعالیت در ایران داده نشده است. نکته جالب و آموزنده این است که دولت انگلیس با اقدام تهران در زمینه عدم اعطای اجازه فعالیت به خبرنگاران شبکه تلویزیونی فارسی «بی.بی.سی» مقابله به مثل نمی‌کند و به خبرنگاران صداوسیما و خبرگزاری جمهوری اسلامی (ایرنا) اجازه می‌دهد که در آن کشور آزادانه فعالیت داشته باشند.

خامساً، شبکه تلویزیونی فارسی «بی.بی.سی» برخلاف دیگر شبکه‌های فارسی‌زبان، فعالیت خود را صرفاً محدود به ایران نکرده بلکه از همان ابتدا تمامی فارسی‌زبانان ایران، افغانستان، تاجیکستان و دیگر نقاط جهان را به‌عنوان مخاطب خود تلقی و تلاش‌های برنامه‌ریزی شده‌ای را معطوف به جلب نظر آنان کرده است، چنانکه «نیگل چاپمن»، رئیس وقت بنگاه خبرپراکنی «بی.بی.سی» در بدو شروع فعالیت‌های تلویزیون فارسی این بنگاه تصریح کرده بود که این شبکه قصد دارد میلیون‌ها بیننده در ایران، افغانستان و تاجیکستان را تا سال‌های آینده به مخاطب اصلی خود تبدیل کند.<sup>۱</sup>

لازم به ذکر است که بودجه تلویزیون فارسی «بی.بی.سی» پس از چند سال فعالیت هم‌اکنون به ۱۵ میلیون پوند (معادل ۲۲ میلیون دلار) رسیده است که این مبلغ نظیر مخارج دیگر بخش‌های سرویس جهانی «بی.بی.سی» از سوی وزارت خارجه بریتانیا تأمین می‌شود.<sup>۲</sup>

1. [forum.p30world.com/showthread.php?r=235441&page=79](http://forum.p30world.com/showthread.php?r=235441&page=79).

2. <http://fa.wikipedia.org> - The Gardian

## ۵. مقایسه عملکرد صداوسیما و تلویزیون فارسی «بی.بی.سی» در چارچوب نظریات ارتباطی

در زمینه چگونگی تأثیرگذاری رسانه‌ها بر مخاطبان تاکنون نظریات ارتباطی متعددی مطرح شده‌اند که بارزترین آنها نظریات «تزریقی<sup>۱</sup> یا گلوله جادویی»، «استحکام یا تأثیر محدود»<sup>۲</sup>، «برجسته‌سازی»<sup>۳</sup>، «ماریچ سکوت»<sup>۴</sup> و «استفاده و رضامندی»<sup>۵</sup> هستند.

سیر تطور این نظریات نیز شایسته توجه است به گونه‌ای که ظرف یک قرن اخیر، نظریه تزریقی یا گلوله جادویی که بر لزوم محدود کردن دسترسی مخاطب به اطلاعات تأکید داشت، تحت شرایط برگشت‌ناپذیری به نظریه استفاده و رضامندی منتهی شده است که بر آزادی و هوشمندی مخاطب تأکید دارد.

در چارچوب نظریه استفاده و رضامندی که از آخرین و مهم‌ترین نظریات ارتباطی مطرح در جهان به شمار می‌رود، مخاطب با داشتن حق انتخاب رسانه، آغازگر ارتباط، پویا و جست‌وجو فرض می‌شود و به همین دلیل رقابت رسانه‌ها برای تأمین نیاز مخاطبان ضرورت می‌یابد (مهدیزاده، ۱۳۸۴-۱۳۸۳).

از شواهد و نتایج تحقیق به عمل آمده چنین برمی‌آید که فعالیت صداوسیما بالاخص در بخش خبر اغلب در چارچوب سه نظریه تزریقی، استحکام و برجسته‌سازی صورت می‌گیرد در حالی که تلویزیون فارسی «بی.بی.سی» عمدتاً در قالب دو نظریه «برجسته‌سازی» و «استفاده و رضامندی» عمل می‌کند و البته عندالاقضاء نیم‌نگاهی نیز به برخی نظریات دیگر همچون نظریه «تعامل»<sup>۶</sup> دارد که این موضوع به وضوح در رویکرد تعاملی این شبکه مشاهده می‌شود.

ذکر این نکته ضرورت دارد که قرآن کریم به‌عنوان منشور جهانی توحیدی، قرن‌ها قبل از نظریه پردازان غربی، حق انسان را در دسترسی به اطلاعات و اخبار مختلف

1. Hypoderamic Theory
2. Limited Effect Theory
3. Agenda- Setting Theory
4. Spiral Silence Theory
5. Use and Gratification Theory
6. Interaction Theory

و گزینش بهترین آنها به رسمیت شناخته و صرفاً چنین کسانی را هدایت یافته و خردمند دانسته است.<sup>۱</sup>

## ۶. سؤالات تحقیق

با گسترش روزافزون تمایل مردم به سوی شبکه‌های ماهواره‌ای، این سؤال ساده به ذهن هر شهروند و به‌ویژه متخصصان علوم ارتباطات خطور می‌کند که چرا تعداد زیادی از مردم به رغم محدودیت‌ها و ممنوعیت قانونی، به سراغ شبکه‌های ماهواره‌ای می‌روند و آنها را به شبکه‌های داخلی ترجیح می‌دهند؟

این تحقیق و پژوهش عمدتاً درصدد پاسخ به این سؤال و سؤالات مرتبط با آن است به این ترتیب که:

۱. چرا با وجود خبررسانی مداوم شبکه‌های مختلف رسانه ملی و افزایش تدریجی تعداد این شبکه‌ها با استفاده از بودجه عمومی، بخش قابل توجهی از شهروندان و بالاخص جوانان در اقصی نقاط کشور و از جمله تهران با صرف هزینه قابل توجهی، تجهیزات دریافت شبکه‌های ماهواره‌ای خریداری و نصب می‌کنند تا به برنامه‌های مختلف شبکه‌های فارسی زبان ماهواره‌ای و از جمله اخبار تلویزیون فارسی «بی.بی.سی» دسترسی داشته باشند؟

۲. به رغم اینکه افکار عمومی با توجه به رفتارظالمانه و عملکرد استعماری انگلیس در تاریخ معاصر ایران و جهان، نگرش منفی و سوءظن به حقی نسبت به اقدامات و فعالیت‌های لندن دارد و این بدگمانی را برخی از دانشمندان منصف انگلیسی همچون «دیوید بلو» نیز واقع‌بینانه، بجا و موجه دانسته‌اند (برومند، ۱۳۸۴: ۷۵) چرا عده قابل توجهی از مردم و بالاخص نوجوانان و جوانان برای اطلاع از اخبار رویدادهای داخلی و خارجی به شبکه تلویزیونی فارسی «بی.بی.سی» مراجعه می‌کنند؟

۳. تلویزیون فارسی «بی.بی.سی» در انتخاب، تعیین اولویت‌ها و چینش خبرها به چه ترتیبی عمل می‌کند که مورد توجه مخاطبان قرار می‌گیرد؟ به‌عنوان مثال از میان ارزش‌های خبری مهم از

---

۱. سوره مبارکه زمر، آیات ۱۷ و ۱۸: پس بندگان مرا بشارت ده همان‌هایی را که به هر سخنی گوش می‌دهند پس بهترین آن را پیروی می‌کنند، آنان هستند که خدا هدایتشان کرده و آنان هستند صاحبان خرد، ترجمه از المیزان (علامه طباطبایی).

قبیل: «شهرت، دربرگیری، تازگی و...»، تلویزیون فارسی «بی.بی.سی» کدام ارزش‌ها را در اولویت قرار می‌دهد و کدام یک از این ارزش‌ها برای مخاطبان جوان ایرانی اهمیت بیشتری دارند؟

۴. آیا استفاده بهینه از تاکتیک‌های حرفه‌ای و تکنیک‌های فنی در روند انعکاس اخبار، در گرایش مخاطبان جوان به سوی تلویزیون فارسی «بی.بی.سی» تأثیر دارد؟

۵. بی‌طرفی و صداقت یک رسانه در زمینه انعکاس اخبار و بالاخص رویدادهای سیاسی، برای مخاطبان جوان تاچه اندازه مهم است؟

۶. مخاطبان این پژوهش (نوجوانان و جوانان تهرانی) در شرایط مساوی از نظر دسترسی، برای آگاهی از اخبار و رویدادهای ایران و جهان به شبکه‌های خبری داخلی مراجعه می‌کنند یا به تلویزیون فارسی «بی.بی.سی»؟

## ۷. مفروضات تحقیق

۱. بی‌طرفی نسبی یک رسانه در زمینه پخش اخبار در افزایش میزان اعتماد مخاطبان به آن رسانه تأثیر دارد.
۲. انعکاس جانبدارانه و جهت‌دار اخبار توسط یک رسانه در کاهش میزان اعتماد مخاطبان به آن رسانه تأثیر دارد.
۳. میزان صداقت یک رسانه اعم از داخلی یا خارجی در زمینه پخش اخبار در جذب شدن هرچه بیشتر نوجوانان و جوانان به آن رسانه تأثیر دارد.
۴. کتمان اخبار (خودسانسوری) و نادیده گرفتن واقعیت‌های خبری مورد توجه نوجوانان و جوانان توسط یک رسانه باعث رویگردانی آنها از آن رسانه می‌شود.
۵. توجه یک رسانه به اولویت‌ها و ارزش‌های خبری مورد نظر مردم سبب جذب شدن مخاطبان [و در این تحقیق نوجوانان و جوانان] به آن رسانه می‌شود.
۶. تحریف و دستکاری اخبار توسط یک رسانه در رویگردان شدن مخاطبان از آن رسانه تأثیر دارد.
۷. نارضایتی نوجوانان و جوانان از یک رسانه باعث جذب شدن آنها به سوی رسانه رقیب می‌شود.
۸. آراستگی ظاهری مجریان، دکوربندی زیبا و استفاده از شیوه‌های ابتکاری در زمینه ارائه اخبار توسط یک شبکه در میزان تمایل مخاطبان به آن شبکه تأثیر دارد.



## ۸. روش تحقیق

برای بررسی عوامل مؤثر جذب‌کننده نوجوانان و جوانان تهرانی به اخبار تلویزیون فارسی بی.بی.سی با توجه به اقتضای این موضوع (کثرت جمعیت مورد نظر) از یکسو و ضرورت قابل اطمینان بودن نتایج آن از سوی دیگر، بهترین روش تحقیق ممکن «پیمایشی» یا گردآوری اطلاعات از طریق تکمیل پرسشنامه بود، زیرا در موارد این چنینی که تعداد جامعه نمونه زیاد است، پرسشنامه مطمئن‌ترین روش پژوهشی ممکن به شمار می‌رود و امکان بررسی عوامل مؤثر بر یک پدیده خاص را نیز - که در اینجا عوامل مؤثر جذب‌کننده جوانان به اخبار شبکه تلویزیونی «بی.بی.سی» است - فراهم می‌کند، به‌علاوه چنین روشی عینی و قابل تجربه و آزمون بوده و نتایج آن از نظر علمی با ضریب اطمینان بالاتری قابل قبول است.

## ۹. جامعه آماری و روند نمونه‌گیری

جمعیت آماری (N) مورد نظر این تحقیق نوجوانان و جوانان ساکن تهران بودند که تعداد آنها با ملاحظه آمارهای رسمی تعیین شد. یادآور می‌شود که هزاران دانشجو یا جوان شهرستانی مقیم پایتخت در این جامعه آماری قرار نگرفته‌اند.

ضمناً از آنجا که نوجوانان و جوانان، در هرم سنی جمعیت ایران وزن تعیین‌کننده‌ای دارند و میزان تأثیرپذیری، تأثیرگذاری و نقش آفرینی آنها بسیار بیش از کودکان یا کهنسالان است، لذا این تحقیق عوامل جذب‌کننده آنها به شبکه تلویزیونی فارسی «بی.بی.سی» را مورد توجه قرار داده است.

براین اساس ابتدا با استفاده از فرمول اول «کوکران» تعداد جمعیت نمونه به این شرح محاسبه شده است:

$$Z=1/96$$

$$s^2 = \text{واریانس} = (0/25) (1-0/5) > 0/5 (1-pa)$$

$$n = \frac{z^2 s^2}{d^2} = \frac{(1/96)^2 (0/25)}{0/0025} = \frac{0/96}{0/0025} = 384$$

در مرحله بعدی، جمعیت آماری نوجوانان و جوانان تهرانی به استناد آمارهای رسمی

موجود محاسبه شده است. بدین ترتیب که براساس سرشماری سراسری سال ۱۳۸۵، تعداد جمعیت ایران ۷۰ میلیون و ۴۹۵ هزار و ۷۸۲ نفر اعلام شده که از این تعداد ۴۸ میلیون و ۲۵۹ هزار و ۹۴۶ نفر ساکن شهرها و بقیه مقیم روستاها بوده‌اند (مرکز آمار، ۱۳۸۶: ۹۶). در آن سال از مجموع جمعیت شهری کشور چهار میلیون و ۲۷۷ هزار و ۶۷۹ نفر در سنین ۱۰ تا ۱۴، پنج میلیون و ۷۷۶ هزار و ۹۷ نفر در فاصله سنی ۱۵ تا ۱۹ سال، ۶ میلیون و ۲۵۹ هزار و ۴۲۹ نفر در سنین ۲۰ تا ۲۴ سال و پنج میلیون و ۷۷ هزار و ۳۷۳ نفر در فاصله سنی ۲۵ تا ۲۹ سال بوده‌اند.

به بیان دیگر در سال ۱۳۸۵ جمعاً ۲۱ میلیون و ۳۹۰ هزار و ۵۷۹ نفر (حدود ۳۰/۳ درصد) از جمعیت شهری کشور نوجوان و جوان (۱۱ تا ۲۹ سال) بوده‌اند که این میزان برای افزایش ضریب اطمینان در این تحقیق ۳۱ درصد در نظر گرفته شده است.

جمعیت ثابت و ساکن تهران نیز مطابق آخرین آمار رسمی موجود در هنگام تحقیق (۱۳۸۹ تا ۱۳۹۰) هفت میلیون و ۸۸ هزار و ۲۸۷ نفر اعلام شده است (همان: ۱۰۷) که اگر ۳۱ درصد آن را نوجوان و جوان به حساب آوریم تعداد آنها دو میلیون و ۱۹۷ هزار و ۳۶۹ نفر می‌شود. برای اطمینان بیشتر ۳ درصد نیز به این تعداد افزوده شده و تعداد نوجوانان و جوانان تهرانی در نهایت دو میلیون و ۲۶۳ هزار و ۲۸۹ نفر محاسبه و براساس فرمول دوم «کوکران» تعداد نمونه لازم آن به شرح زیر محاسبه شده است:

$$N=2263289$$

برای تعیین واریانس از روش pq استفاده شده است:

$$Z=1/96$$

$$n = \frac{N z^2 s^2}{Nd^2 + z^2 s^2} = \frac{2263289 (1/96^2) (0/21)}{2263289 (0/0025) + (1/96^2) (0/21)} = \frac{1825876/7}{4564/6} = 400$$

بنابراین با رعایت همه قواعد و ملاحظات علمی تعداد نمونه لازم از میان نوجوانان و جوانان تهرانی برای این پژوهش با توجه به نامعلوم یا معلوم بودن جمعیت تهران بین ۳۸۴ تا ۴۰۰ نفر در نوسان بوده است که برای اطمینان بیشتر با ملاحظه شاخص‌ها و ملاحظات علمی (سن و جنس، مقاطع تحصیلی، مدارس و دانشگاه‌های مختلف و مناطق ۲۲ گانه شهر تهران) نهایتاً بین ۴۰۰ نفر پرسشنامه توزیع شده و داده‌ها پس از استحصال از طریق نرم‌افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

## ۱۰. علل گرایش نوجوانان و جوانان تهرانی به شبکه‌های ماهواره‌ای با

### تأکید بر تلویزیون فارسی «بی.بی.سی»

۱. نتایج این تحقیق حکایت از آن دارد که تقریباً نیمی (۴۹ درصد) از نوجوانان و جوانان تهرانی در سطح خیلی زیاد و زیاد به شبکه‌های ماهواره‌ای دسترسی دارند.

۲. ۱۹/۵ درصد نوجوانان و جوانان تهرانی برای دریافت اخبار ابتدا به شبکه‌های داخلی مراجعه می‌کنند. ۲۹/۳ درصد سراغ شبکه‌های ماهواره‌ای می‌روند، ۲۷/۸ درصد سایت‌های اینترنتی مورد نظر خود را می‌بینند و ۶/۳ درصد نیز از طریق روزنامه‌ها در جریان اخبار قرار می‌گیرند.

۳. پاسخ‌های جامعه نمونه به سؤالات ۳ و ۱۳ پرسشنامه<sup>۱</sup> که دومی کنترل‌کننده اولی بوده حاکی از آن است که با توجه به ممنوعیت استفاده از ماهواره در ایران، تعدادی از پاسخگویان حتی با وجود مشخص نبودن نام و نشان خود، در ابتدای پرسشنامه (سؤال ۳) از پاسخ به این سؤال که در «زمینه اخبار و خبررسانی، به کدام یک از شبکه‌های ماهواره‌ای «بی.بی.سی» فارسی، VOA (صدای آمریکا)، شبکه من و تو و یا سایرین اعتماد دارید؟» خودداری کرده و فقط ۳۷ درصد به صراحت گفته‌اند که به تلویزیون فارسی «بی.بی.سی» اعتماد دارند اما در پاسخ به سؤال ۱۳ مبنی بر اینکه «برای دریافت کدام نوع از اخبار به تلویزیون فارسی «بی.بی.سی» مراجعه می‌کنید؟» ۴۹/۸ درصد گفته‌اند که برای دریافت همه خبرهایی که رسانه‌های داخلی پوشش نمی‌دهند به آن شبکه مراجعه می‌کنند و ۲۳ درصد نیز علت تماشای تلویزیون فارسی «بی.بی.سی» را اطلاع یافتن از اخبار سیاسی ذکر کرده‌اند.

۴. از آنجا که جامعه نمونه این تحقیق نوجوانان و جوانان بوده‌اند، یکی از سؤالات پرسشنامه در زمینه خبرهای ورزشی بوده است بدین مضمون که «برای دریافت خبرهای ورزشی از بین شبکه ۳ سیما، تلویزیون فارسی «بی.بی.سی»، VOA (صدای آمریکا) و سایر شبکه‌ها کدام یک را ترجیح می‌دهید که ۶۰ درصد پاسخگویان شبکه ۳ سیما را علامت زده‌اند و پس از آن با فاصله زیاد تلویزیون فارسی «بی.بی.سی» قرار دارد که فقط ۱۴ درصد نوجوانان و جوانان در پی خبرهای ورزشی آن بوده‌اند.

۵. در پاسخ به این سؤال که بودجه تلویزیون فارسی «بی.بی.سی» توسط چه منبعی تأمین

۱. نمونه پرسشنامه در پیوست مقاله موجود است.

می‌شود ۶۴ درصد انگلیس را علامت زده‌اند اما ۱۲/۸ درصد نوجوانان و جوانان پاسخگو منبع تأمین بودجه این شبکه را آمریکا و ۶/۵ درصد نیز کارت‌های رسانه‌ای دانسته‌اند و به همین دلیل روشنگری در میان نوجوانان و جوانان در مورد منشأ تأمین مالی هریک از شبکه‌های ماهواره‌ای ضرورت دارد.

۶. حدود ۷۶ درصد نوجوانان و جوانان مخاطب این تحقیق بی‌طرفی یک شبکه در زمینه پخش اخبار را در جلب اعتماد خود به آن شبکه تا حد خیلی زیاد و زیاد مؤثر دانسته‌اند. ۱۵ درصد گزینه تاحدودی و ۶ درصد نیز کم و خیلی کم را علامت زده‌اند.

۷. در پاسخ به این سؤال که پخش جانبدارانه اخبار تا چه حد در کاهش اعتماد شما به یک شبکه تأثیر دارد؟، ۴۷ درصد گزینه خیلی زیاد، ۲۳/۵ درصد زیاد و ۱۷/۵ درصد نیز تاحدی را علامت زده‌اند که این جواب‌ها بدون هیچ توضیحی بیانگر اهمیت این موضوع است. ۸. در مورد اینکه راستگویی و صداقت یک شبکه تا چه حد در تمایل شما به آن شبکه تأثیر دارد، ۵۸/۳ درصد پاسخگویان گزینه خیلی زیاد، ۲۶/۵ درصد زیاد و ۱۱ درصد نیز تاحدی را انتخاب کرده‌اند.

۹. در پاسخ به این سؤال که «اگر متوجه شوید که یک شبکه داخلی یا خارجی در چارچوب مواضع خود اخباری را کتمان کرده یا ناقص ارائه می‌دهد، آیا اعتماد شما به آن شبکه کم می‌شود؟»، ۸۹ درصد پاسخ دهندگان پاسخ «بلی» را علامت زده‌اند، ۱۰ درصد «نه» را انتخاب کرده و یک درصد نیز به این سؤال پاسخ نداده‌اند.

۱۰. دیگر سؤال پرسشنامه درصدد یافتن پاسخ به این ابهام بود که نوجوانان و جوانان در مورد چگونگی اولویت‌بندی و ترتیب ارائه اخبار چه انتظاری از یک رسانه دارند و به همین دلیل از مخاطبان پرسیده شده بود که به سراغ کدام یک از دو شبکه ذکر شده می‌روید: «شبکه‌ای که اخبار مورد انتظار شما را پخش کند» یا «شبکه‌ای که اخبار مورد نظر خودش را پخش کند» که ۸۲/۸ درصد جوانان اعلام کرده‌اند به سوی شبکه‌ای می‌روند که اخبار مورد انتظار آنها را پخش کند.

۱۱. در ادامه سؤالات پرسشنامه این تحقیق از جامعه نمونه پرسیده شده بود که «اگر روزی دریابید که یک شبکه تلویزیونی در اخبار دستکاری و آنها را مطابق میل خود تحریف می‌کند، در روزهای بعد برای اطلاع از اخبار چه می‌کنید؟» در جواب آن ۳۹/۳ درصد اعلام

کرده‌اند که به شبکه اینترنت مراجعه می‌کنند و ۲۹ درصد نیز گفته‌اند که به سوی رسانه‌های رقیب می‌روند. ۱۹/۸ درصد نیز گزینه منصرف شدن از پیگیری اخبار را علامت زده‌اند.

۱۲. یکی دیگر از سؤالات تحقیق این بود که «اگر شبکه‌ای اخبار مورد نظر شما را سانسور کند یا نادیده بگیرد، تاچه حد از آن شبکه رویگردان می‌شوید؟» که ۴۲/۳ درصد مخاطبان در پاسخ به این سؤال گزینه خیلی زیاد، ۳۲/۵ درصد زیاد و ۱۸ درصد نیز تاحدی را انتخاب کرده‌اند و بقیه نیز گزینه کم یا خیلی کم را علامت زده‌اند.

۱۳. نوجوانان و جوانان مخاطب این تحقیق در پاسخ به این سؤال که «برای آگاهی از کدام نوع اخبار به تلویزیون فارسی «بی.بی.سی» مراجعه می‌کنید؟» ۴۹/۸ درصد گزینه «همه» اخباری که شبکه‌های داخلی به آنها نمی‌پردازند» را انتخاب کرده و ۲۳/۸ درصد نیز اخبار سیاسی را علامت زده‌اند. خبرهای فرهنگی - ورزشی و اقتصادی به ترتیب با ۶/۵ و ۳/۵ درصد در ردیف‌های بعدی قرار دارند. ۱۵/۸ درصد نیز به این سؤال هیچ پاسخی نداده‌اند.

۱۴. در پاسخ به این سؤال که «به نظر شما ترتیب پخش اخبار باید چگونه باشد؟» ۴۵/۸ درصد تازگی خبر، ۳۹/۸ درصد اهمیت خبر برای مردم و ۴/۵ درصد نیز شهرت را در این زمینه تعیین کننده دانسته‌اند.

۱۵. در مورد اینکه «آراستگی ظاهری و زیبایی گویندگان خبر تاچه حد اهمیت دارد؟» ۳۲/۵ درصد گزینه خیلی زیاد، ۳۵/۸ زیاد و ۲۴/۵ درصد تاحدودی را علامت زده‌اند.

۱۶. یکی دیگر از سؤالات تحقیق بدین ترتیب مطرح شده بود که «نوع دکور، نورپردازی و ضرب آهنگ پخش اخبار برای شما چقدر اهمیت دارد؟» که ۳۳/۵ درصد نوجوانان و جوانان در پاسخ به آن گزینه خیلی زیاد، ۴۰ درصد زیاد و ۲۳ درصد نیز تاحدی را انتخاب کرده و ۳/۵ درصد نیز به دو گزینه کم و خیلی کم رأی داده‌اند.

۱۷. مخاطبان این تحقیق همچنین در پاسخ به این سؤال که «به خلاقیت، نوآوری و مشابه‌سازی نکردن شیوه دیگران توسط یک شبکه خبری چقدر اهمیت می‌دهید؟» ۳۶/۸ درصد گزینه خیلی زیاد، ۳۵/۳ درصد زیاد و ۲۰/۸ درصد نیز تاحدودی را علامت زده‌اند.

۱۸. سؤال بعدی تحقیق بدین مضمون بود که «تهیه تصاویر زنده و گزارش برای کامل کردن اخبار تاچه حد ضرورت دارد؟» در پاسخ به این سؤال ۴۸/۳ درصد گزینه خیلی زیاد، ۴۰ درصد زیاد و ۸/۸ درصد تاحدی را علامت زده‌اند و بقیه نیز دو گزینه کم و خیلی کم را انتخاب کرده‌اند.

۱۹. نوجوانان و جوانان مخاطب این تحقیق در سؤال دیگری با این پرسش کلی مواجه شده بودند که «در مجموع از اخبار شبکه‌های داخلی صداوسیما و بالاخص شبکه خبر چقدر راضی هستید؟» که در این قسمت ۵/۸ درصد گزینه خیلی زیاد، ۱۷ درصد زیاد، ۳۷/۳ درصد تاحدی، ۱۵/۵ درصد کم و حدود ۲۴ درصد نیز گزینه خیلی کم را علامت زده‌اند. با توجه به اینکه نرم‌افزار SPSS میانگین حاصله برای پاسخ‌های ارائه شده را ۲/۵۶ محاسبه کرده است، می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که میانگین رضایت نوجوانان و جوانان تهرانی از اخبار شبکه‌های داخلی و به‌ویژه شبکه خبر کمتر از میانگین مورد انتظار (۳) بوده است.

۲۰. آخرین سؤال تحقیق نیز به این صورت طرح شده بود که «در مجموع از اخبار تلویزیون فارسی (بی.بی.سی) چقدر راضی هستید؟» که در پاسخ به آن ۱۶/۵ درصد گزینه خیلی زیاد، ۲۳/۳ درصد زیاد، ۳۲/۳ درصد تاحدی، ۱۱ درصد کم و بقیه خیلی کم را علامت زده‌اند. با توجه به اینکه نرم‌افزار SPSS میانگین پاسخ‌ها را ۳/۲۳ محاسبه کرده است، می‌توان این‌گونه استنباط کرد که میزان رضایت نوجوانان و جوانان تهرانی از تلویزیون فارسی (بی.بی.سی) اندکی بالاتر از میانگین مورد انتظار (۳) بوده است.

### ۱.۱. جمع‌بندی، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

۱. چنانکه قبلاً اشاره شد، قرآن کریم دسترسی به اخبار گوناگون را به‌عنوان حقی بنیادی و تشریحی برای همه انسان‌های مؤمن به رسمیت شناخته<sup>۱</sup> و البته مسئولیت‌هایی نیز در مورد ضرورت بررسی اخبار ارائه شده توسط منابع فاسد<sup>۲</sup> و اعراض از هر گونه لغو و بیهودگی برعهده خود مخاطبان محول فرموده است.<sup>۳</sup> بدیهی است که نوجوانان و جوانان همچنانکه اغلب خانواده‌ها در مورد آنها حساسیت‌های بجا و بحقی نشان می‌دهند همچون عرصه‌های مختلف زندگی، در زمینه چگونگی استفاده

۱. سوره زمر، آیات ۱۷ و ۱۸: پس بندگان [من] را مژده ده، [همان] کسانی که به سخن [ها] گوش فرامی‌دهند و از نیکوترین آن پیروی می‌کنند آنان کسانی هستند که خدا راهنمایی‌شان کرده و فقط آنان خردمنداند (ترجمه از رضایی).

۲. سوره حجرات، آیه ۶: ای کسانی که ایمان آورده‌اید اگر فاسقی شما را خبری آورد، پس نیک بررسی کنید [و آهستگی نمایید] تا مبادا به نادانی گروهی را آسیب برسانید، پس بر آنچه کردید پشیمان شوید (ترجمه از حلبی).

۳. سوره مؤمنون، آیات ۱ تا ۳: به راستی که مؤمنان رستگار شدند [همان] کسانی که آنان در نمازشان فروتنند و کسانی که آنان از [کار و سخن] بیهوده روی گردانند (ترجمه از رضایی و همکاران).

مطلوب از رسانه‌ها نیز نیاز به هدایت و مراقبت دارند اما مواردی همچون ممانعت از دسترسی آنها به رسانه‌ها، ارسال پارازیت و ایجاد اختلال در فرایند اطلاع‌رسانی شبکه‌های ماهواره‌ای و اینترنتی و جمع‌آوری گیرنده‌ها، ضمن اینکه با آموزه‌های توحیدی مغایرت دارد، جوانان را در مورد گرایش به سوی اخبار شبکه‌های ماهواره‌ای حریص‌تر و مصمم‌تر می‌کند.

۲. نباید از نظر دور داشت که تعدد با تنوع و تکثر تفاوت دارد و چنانکه نتایج این تحقیق به وضوح نشان می‌دهد، حتی نوجوانان و جوانان نیز این موضوع را متوجه می‌شوند. بنابراین اگر تعدد شبکه‌ها همراه با تکثر و تنوع برنامه‌ها و رویکردها نباشد موفقیت‌چندانی در زمینه جلب نظر اکثر مخاطبانی که به سوی شبکه‌های ماهواره‌ای می‌روند، حاصل نخواهد شد.

۳. همه شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان اهداف، محتوا و اثرگذاری یکسانی ندارند و لذا نمی‌توان همه آنها را با یک چوب راند و تقبیح کرد زیرا همچنانکه در بین آنها شبکه‌های ضد اخلاقی و مستهجن، منحرف‌کننده، ضد دین، سیاسی و نظایر اینها وجود دارند، کمابیش شبکه‌هایی با برنامه‌های مفید نیز به چشم می‌خورند (خبر آنلاین به نقل از الف، ۱۳۹۰/۱/۱۴) که بعضاً در چارچوب فرهنگ اسلامی و ایرانی فعالیت می‌کنند و به سبب اینکه هزینه‌ای نیز به جامعه تحمیل نمی‌کنند، دلیلی برای مخالفت با آنها وجود ندارد.

۴. نتایج تحقیق به عمل آمده بدون اینکه نیازی به هرگونه توضیح اضافی باشد، بیانگر رضایت نوجوانان و جوانان تهرانی از اخبار ورزشی صداوسیما است اما در زمینه بقیه اخبار این وضعیت معکوس شده و گرایش به اینترنت و شبکه‌های ماهواره‌ای بیشتر می‌شود.

۵. در قرون گذشته سیطره بر دیگر جوامع صرفاً از طریق تصرف و تسلط جغرافیایی و سرزمینی بود در حالی که اکنون تسلط بر اندیشه‌ها و روح انسان‌ها و مدیریت رفتار آنها جایگزین شیوه‌های قبلی شده است چرا که این روش اولاً برای استعمارگران سود بیشتر و هزینه کمتری دارد و ثانیاً به دلیل اینکه انسان‌ها با ارزش‌ترین ثروت روی زمین هستند، جلب نظر آنها خود به خود اهداف دیگر را نیز محقق می‌سازد.

۶. جریان آزاد اطلاعات همانگونه که فرصت‌هایی را فراهم ساخته، تهدیدهایی را نیز به دنبال داشته است. عقل و منطق حکم می‌کند که به جای پاک کردن صورت مسئله، برای بهره‌مندی هرچه بیشتر از فرصت‌ها و مقابله با چالش‌ها و تهدیدهای رسانه‌ای برنامه‌ریزی عقلانی و منطقی صورت گیرد.

۷. توفیق نسبی تلویزیون فارسی «بی.بی.سی» در زمینه خبرپراکنی، ناشی از توجه دقیق این شبکه به انتظارات و نیازهای عموم مخاطبان و به ویژه نوجوانان و جوانان، پرداختن به اخباری که صداوسیما آنها را نادیده می‌گیرد ولی برای مردم مهمند، ارائه برنامه‌های موافق با تکثیر سلاقی و تنوع ذائقه‌ها، ایجاد تعامل هرچه بیشتر با مخاطبان و استفاده بهینه از ظرفیت‌های ارتباطی و رسانه‌ای موجود برای نقش آفرینی هرچه بیشتر در خلأ ناشی از انحصاری بودن تلویزیون و ضعف‌های حرفه‌ای آن در ایران است.

۸. تلویزیون فارسی «بی.بی.سی» در دوران نخست‌وزیری «گوردون براون» از حزب کارگر راه‌اندازی شد، اما دولت «دیوید کامرون» نیز که بعداً از حزب مخالف محافظه‌کار بر سر کار آمد، به رغم اینکه بودجه اغلب بخش‌ها و حتی امور دفاعی و نظامی را تا ۲۰ درصد کاهش داد، در مورد لزوم افزایش بودجه تلویزیون فارسی «بی.بی.سی» هیچ تردیدی به خود راه نداد که این موضوع بیش از هر چیز از راهبردی و مهم بودن این شبکه برای گردانندگان خود حکایت می‌کند.

۹. نتایج این تحقیق به سه دلیل قابل تعمیم است: یکی اینکه جامعه نمونه این تحقیق با رعایت ملاحظات آماری انتخاب شده است و بنابراین قابل تعمیم به کل تهران و بلکه تمامی شهرهای ایران است، دوم اینکه روش تحقیق به دلیل پایایی سنجی کاملاً علمی و مستند شده و سوم اینکه گذر زمان بر درستی و صحت نتایج آن مهر تأیید نهاده است.

۱۰. رسانه‌های مختلف امروزی برای تأثیرگذاری بر مخاطب و گمراه کردن او از حدود ۵۰ نوع مکرر، حيله و ترفند - تحت عنوان تاکتیک‌ها و ماساژهای خبری - استفاده می‌کنند که از جمله این به اصطلاح تاکتیک‌ها می‌توان تحریف خبر، حذف و سانسور، بزرگ‌نمایی، کوچک‌نمایی، دروغ، جعل خبر، برچسب زدن به مخالفان، دستچین کردن پیام، ساختن یک یا چند دشمن فرضی، پاره حقیقت‌گویی، ترویج خشونت رسانه‌ای، تغییر مفاهیم و معانی، طرح ادعاهای واهی، ارائه پیشگویی‌های مغرضانه، پیچیده کردن خبر برای جلوگیری از کشف حقیقت و... را نام برد (سلطانی فر و هاشمی، ۱۳۸۲). پرواضح است که انسان‌ها به‌عنوان هوشمندترین مخلوق نظام هستی دیر یا زود متوجه ترفندهای فریبنده به کار گرفته شده توسط هریک از رسانه‌ها اعم از داخلی یا خارجی می‌شوند و پس از آن است که حنای چنین رسانه‌هایی رنگ می‌بازد و اعتماد مخاطبان به‌عنوان گرانبهاترین سرمایه یک رسانه از دست می‌رود.



- **پیشنادهایی برای برون‌رفت از وضعیت کنونی:** در پایان برای رهایی از وضعیت بلاتکلیف کنونی در مورد مواجهه با شبکه‌های ماهواره‌ای مواردی بدین شرح پیشنهاد می‌شوند:

۱. اصلاح و بازنگری اساسی در قانون ممنوعیت به کارگیری تجهیزات دریافت از ماهواره مصوب ۱۳۷۳ با توجه به مفاد قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات<sup>۱</sup> مصوب ۱۳۸۷/۱۱/۶ و تأیید شده توسط مجمع تشخیص مصلحت نظام در تاریخ ۱۳۸۸/۵/۳۱ که از مردادماه ۱۳۹۴ برای اجرا ابلاغ شده است و همچنین با ملاحظه موارد زیر:

الف) به رسمیت شناختن حق دسترسی آزادانه شهروندان به اطلاعات و اخبار آن‌گونه که قرآن کریم در قالب آیات ۱۷ و ۱۸ سوره مبارکه زمر تبیین فرموده است<sup>۲</sup> همراه با تبیین مسئولیت‌های فردی و اجتماعی آنها.

ب) توجه به انتظارات و تمایلات افکار عمومی در این زمینه، زیرا قوانین مغایر با خواسته‌های مردم معمولاً در مرحله اجرا با مشکل مواجه می‌شوند.

ج) کاستن از اقدامات سلبی با توجه به پیشرفت‌های فنی و تکنولوژیکی روزمره در عرصه ماهواره‌ها و شبکه‌های اجتماعی و افزودن بر تدابیر و راهکارهای ایجابی.

د) بررسی پیامدهای احتمالی جسمی و روانی ناشی از ارسال پارازیت‌های ماهواره‌ای بر سلامت انسان‌ها و دیگر جانداران و همچنین محاسبه تأثیرات منفی و مخرب این‌گونه اقدامات بر تجهیزات فنی مورد استفاده در بخش‌های مختلف خدماتی کشور، چنانکه سازمان هواشناسی ناتوانی خود در پیش‌بینی به‌موقع طوفان بعدازظهر مورخه ۱۳۹۳/۳/۱۲ تهران را ناشی از تأثیر پارازیت‌ها بر تجهیزات فنی این سازمان دانسته است (سلامت نیوز، ۱۳۹۳/۵/۱)<sup>۳</sup>.

---

۱. براساس این قانون رسانه‌ها و مردم در دسترسی به اطلاعاتی که جنبه محرمانه و سری ندارند، آزادند، ۱۳۹۳/۱۰/۸. hamshahronline.ir

۲. پس‌بندگان [من] را مژده ده، [همان] کسانی که به سخن [ها] گوش فرامی‌دهند و از نیکوترین آن پیروی می‌کنند آنان کسانی هستند که خدا راهنمایی‌شان کرده و فقط آنان خردمنداند (ترجمه از رضایی).

۳. بنابر اعلام مسئولان سازمان هواشناسی، بررسی تصاویر رادار هواشناسی تهران، مشخص می‌کند که در سال‌های اخیر، میدان دید رادار تهران و برخی دیگر از شهرها به دلیل نویزهای الکترومغناطیسی (آلودگی‌های صوتی یا سیگنالی) ارسالی از منابع مختلف، بسیار محدود و در اغلب موارد تصاویر تولیدشده توسط رادارها با نویز همراه شده است (سلامت نیوز، ۱۳۹۳/۵/۱) و اخبار مرتبط دیگر در سایت‌های مختلف.

۲. چاره‌اندیشی برای پایان دادن به انحصار پرهزینه<sup>۱</sup> صداوسیما از طریق اعطای امتیاز برای تأسیس شبکه‌های تلویزیونی غیردولتی توسط اشخاص حقیقی و حقوقی مورد اعتماد و مسئولان احزاب قانونی.

۳. اختصاص بودجه‌ای به وزارت آموزش و پرورش برای آگاه‌سازی فرزندان این کشور نسبت به وجوه مثبت و منفی رسانه‌های جدید و به‌ویژه شبکه‌های ماهواره‌ای و اجتماعی و گنجاندن نکاتی سنجیده و آموزنده در برخی از مواد درسی.

۴. برنامه‌ریزی اساسی برای تغییر رویکرد خبری صداوسیما و کاهش تدریجی اتکای این سازمان به بودجه عمومی<sup>۲</sup>، ارزیابی نتایج و تأثیرات برنامه‌های مختلف آن بر جامعه و به‌ویژه سنجش میزان رضایت مخاطبان از بخش خبر آن توسط مراجع ذی صلاح خصوصی و غیردولتی که هیچ‌گونه ارتباط و وابستگی به این سازمان نداشته باشند و اختصاص بودجه براساس میزان موفقیت شبکه‌ها و برنامه‌های مختلف این سازمان در عرصه رقابت حرفه‌ای با شبکه‌های ماهواره‌ای.

۵. بهره‌برداری بهینه از ظرفیت‌های آموزشی و تربیتی بزرگان خانواده‌ها و نیز والدین، زیرا اعمال نظارت اجتماعی در مقایسه با کنترل نهادهای رسمی به مراتب کم‌هزینه‌تر و مؤثرتر است چنانکه قریب به اتفاق خانواده‌ها همچنانکه شبکه‌های ماهواره‌ای مستهجن را قفل می‌کنند، عنداللزوم به‌صورت موردی نیز رهنمودها و هشدارهای لازم را به فرزندان خود ارائه می‌دهند.

۶. از آنجا که بر مبنای جهان‌بینی توحیدی، هراسان سالمی نظیر همه مخلوقات به‌طور تکوینی به همه قابلیت‌های لازم برای رسیدن به اهداف عالی مورد نظر از خلقت خود تجهیز و به واسطه نظام تشریح این هدایت تکمیل شده است<sup>۳</sup> لذا در قبال خود مسئولیت دارد و محاکمه فردی در

۱. بودجه جاری سازمان صداوسیما در سال گذشته (۱۳۹۳) ۸۷۲ و در سال جاری (۱۳۹۴) ۹۳۳ میلیارد تومان اعلام شده که این مبلغ علاوه بر پیش‌بینی درآمد ۸۹۰ و ۱۲۰۰ میلیارد تومانی آن از محل پخش آگهی‌های بازرگانی در این دو سال است، مسئولان صداوسیما ضمن معترض بودن به این مبالغ، بودجه مورد نیاز این سازمان را دست کم سه هزار میلیارد تومان می‌دانند.

۲. براساس مفاد قوانین بودجه سالانه کل کشور از جمله در سال ۱۳۹۳، صداوسیما طی سالیان اخیر همواره یکی از ۹ شرکت بزرگ زیان‌ده ایران بوده است (عصر ایران، ۱۳۹۳/۴/۱۹).

۳. سوره طه آیه ۵۰: گفت: «پروردگار ما همان کسی است که به هر موجودی، آنچه را لازمه آفرینش او بوده داده سپس هدایت کرده است.» (ترجمه از مکارم شیرازی).

قیامت نیز با همین استناد صورت می‌گیرد<sup>۱</sup>. بنابراین باید ضمن آگاه‌سازی شهروندان به حقوق و مسئولیت‌های ارتباطی خود، آنها را در معرض تصمیم‌سازی قرار داد تا در برابر هرگونه انحراف رسانه‌ای موجود و نوظهور واکنش‌ها شوند و بالندگی لازم را برای تشخیص سره از ناسره کسب کنند نه اینکه آنها را با جریمه و تنبیه به راه مورد نظر سوق داد زیرا بنای خداوند در هدایت تشریحی انسان‌ها از ابتدا بر اجبار نبوده و اختیار انسان‌ها همواره مورد توجه قرار گرفته است<sup>۲</sup>.

در همین زمینه، قانونگذار می‌تواند در زمینه مقابله با شبکه‌های اجتماعی و ماهواره‌ای به راهکارهای نرم و غیرمستقیم نیز بیاندیشد و به‌عنوان مثال برای هریک از وزارتخانه‌های آموزش و پرورش، علوم، تحقیقات و فناوری، فرهنگ و ارشاد اسلامی، بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و نیز دیگر نهادهای مسئولی که از محل بودجه عمومی اعتباراتی دریافت می‌کنند، وظایف و کارکردهای معینی را تعیین و تبیین کند.

۷. ایجاد شبکه‌های سراسری و استانی به زبان‌های رایج و پرگوش محلی همچون آذری، کردی، گیلکی، بلوچ و نظایر اینها با هدف ایجاد همگرایی میان خرده‌فرهنگ‌ها.  
۸. توسعه زیرساخت‌های اینترنت و ایجاد تسهیل در دسترسی به آن و شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان رقیبی برای شبکه‌های ماهواره‌ای.

۹. ضبط و پخش مدیریت شده بخش‌هایی از برنامه‌های گزینش شده ماهواره‌ای با ذکر منبع.

۱۰. تقویت برخی از شبکه‌های ماهواره‌ای همسو.

---

۱. سوره انعام آیه ۹۴: و همانا نزد ما تنهای تنها آمدید، به همان سان که شما را اولین بار آفریدیم (ترجمه از برزی)  
۲. سوره یونس آیه ۹۹: اگر پروردگارت می‌خواست یقیناً همه کسانی که روی زمین‌اند [اجباراً] ایمان می‌آوردند [ای پیامبر! در حالی که خدا از بندگانش ایمان اجباری نخواسته] پس آیا تو مردم را وادار می‌کنی تا به اجبار مؤمن شوند؟ (ترجمه از انصاریان)، همچنین سوره رعد آیه ۳۱.

## پیوست‌ها

### پیوست ۱ - متن کامل قانون و آیین‌نامه اجرایی قانون ممنوعیت به کارگیری تجهیزات دریافت از ماهواره

قانون منع استفاده از تجهیزات دریافت ماهواره‌ای در ۱۱ ماده تدوین شده که بعدها و در روند اجرایی مواد (۳) و (۱۱) این قانون، آیین‌نامه اجرایی آن در ۱۴ ماده تصویب شد که این آیین‌نامه ملاک عمل در برخورد با دارندگان تجهیزات دریافت از ماهواره است.

### قانون ممنوعیت به کارگیری تجهیزات دریافت از ماهواره

ماده (۱) - به موجب این قانون ورود، توزیع و استفاده از تجهیزات دریافت از ماهواره جز در مواردی که قانون تعیین کرده است ممنوع می‌باشد.

ماده (۲) - وزارت کشور موظف است با استفاده از نیروهای انتظامی و یا نیروی مقاومت بسیج در اسرع وقت نسبت به جمع‌آوری تجهیزات دریافت از ماهواره اقدام نماید.

تبصره - مهلت جمع‌آوری تجهیزات موجود دریافت از ماهواره از تاریخ تصویب این قانون یک ماه می‌باشد. بعد از انقضای مهلت مذکور استفاده‌کنندگان به مجازات‌های تصریح شده در این قانون محکوم خواهند شد.

ماده (۳) - وزارت کشور موظف است با هماهنگی وزارت اطلاعات با وسایل ممکن نسبت به جلوگیری از ورود و توزیع تجهیزاتی که صرفاً برای دریافت از ماهواره مورد استفاده قرار می‌گیرد اقدام نماید و ضمن توقیف وسایل فوق‌عاملین آن را با وسایل توقیفی به مراجع صالحه قضایی معرفی نماید. نحوه هماهنگی در آیین‌نامه اجرایی مشخص خواهد شد.

تبصره - کلیه کالاهای ضبط و مصادره شده موضوع این قانون جهت توسعه پوشش رادیو و تلویزیونی کشور در اختیار سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران قرار می‌گیرد.

ماده (۴) - کلیه دستگاه‌های فرهنگی کشور موظفند اثرات مخرب استفاده از برنامه‌های منحرف‌کننده را در جامعه تبیین کند.

ماده (۵) - سازمان صداوسیما و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (مؤسسه رسانه‌های تصویری) می‌توانند نسبت به ضبط و پخش آن دسته از برنامه‌های ماهواره که مغایر با ارزش‌های و مبانی فرهنگ اسلامی و ملی نباشد اقدام نمایند.

ماده (۶) - دستگاه‌های صداوسیما، پست و تلگراف و تلفن و سازمان‌های وابسته از شمول این قانون مستثنی می‌باشند.

تبصره - صداوسیما جمهوری اسلامی ایران به منظور واردات فرستنده‌ها، تجهیزات تولید و پخش و لوازم یدکی متعلق به آنها مواد اولیه تولید فیلم و سریال از اخذ مجوز ورود و گواهی عدم ساخت وزارتخانه‌ها و سازمان‌های دولتی نظیر وزارتخانه‌های پست و تلگراف و تلفن، صنایع و بازرگانی و گواهی سازمان انرژی اتمی و ثبت سفارش وزارت بازرگانی معاف می‌باشد. ماده (۷) - دستگاه‌ها و سازمان‌هایی که برای انجام وظایف قانونی خویش لازم است از تجهیزات دریافت از ماهواره استفاده نمایند باید مجوز لازم را از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با هماهنگی وزارتخانه‌های اطلاعات و پست و تلگراف و تلفن کسب نمایند.

ماده (۸) - واردکنندگان، تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان تجهیزات دریافت از ماهواره علاوه بر ضبط و مصادره اموال مکشوفه توسط دادگاه‌ها به مجازات ده تا یکصد میلیون ریال محکوم می‌گردند.

ماده (۹) - استفاده‌کنندگان از تجهیزات دریافت از ماهواره علاوه بر ضبط و مصادره اموال مکشوفه به مجازات نقدی از یک میلیون تا سه میلیون ریال محکوم می‌گردند.

الف) حمل، نگهداری، نصب و تعمیر تجهیزات دریافت از ماهواره ممنوع و مرتکبین به مجازات نقدی از یک تا پنج میلیون ریال محکوم می‌گردند.

ب) وجوه دریافتی بابت مجازات مواد (۸ و ۹) این قانون به خزانه واریز و صد درصد (۱۰۰ درصد) آن جهت تأمین هزینه‌های اجرای این قانون و مقابله با تهاجم فرهنگی در اختیار وزارتخانه‌های کشور و فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران قرار داده می‌شود تا در حدود اعتبارات مصوب بودجه سالانه کل کشور به مصرف برسد.

ماده (۱۰) - وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با همکاری وزارت پست و تلگراف و تلفن و سازمان‌های ذیربط موظفند با استفاده از اهرم‌های حقوقی و بین‌المللی در جهت حراست از مرزهای فرهنگی کشور و حفظ کیان خانواده علیه برنامه‌های مخرب و مبتذل ماهواره اقدام لازم را انجام دهند.

تبصره - نشر آگهی‌های تبلیغاتی از طرق مختلف توسط مطبوعات، صداوسیما یا تبلیغات شهری که متضمن جواز استفاده از برنامه‌های ماهواره می‌باشد ممنوع است.

ماده (۱۱) - دولت موظف است ظرف مدت یک ماه از تاریخ تصویب این قانون آیین‌نامه اجرایی آن را تهیه و تصویب نماید.

قانون فوق مشتمل بر یازده ماده و چهار تبصره در جلسه روز یکشنبه بیست و سوم بهمن ماه یک هزار و سیصد و هفتاد و سه مجلس شورای اسلامی تصویب شده و در تاریخ ۱۳۷۳/۱۱/۲۶ به تأیید شورای نگهبان رسیده است.

### متن کامل آیین‌نامه اجرایی قانون

ماده (۱) - مجوز استفاده از تجهیزات دریافت از ماهواره توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با نظرخواهی از وزارتخانه‌های پست و تلگراف و تلفن (برای صلاحیت‌های فنی) و اطلاعات موظفند حداکثر ظرف پانزده روز از زمان تقاضا، نسبت به درخواست‌های واصل شده اعلام نظر نمایند پس از پایان مهلت تعیین شده در صورت عدم اعلام نظر دستگاه‌های فوق، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مجاز به ارائه مجوز خواهد بود.

ماده (۲) - وزارت امور خارجه مشخصات و اسامی نمایندگی‌های سیاسی و کنسولی کشورهای خارجی و سازمان‌های بین‌المللی را که براساس حقوق بین‌الملل از شمول مفاد این قانون مستثنی هستند به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اعلام می‌کند.

ماده (۳) - وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به‌طور مستمر اسامی و مشخصات استفاده‌کنندگان مجاز تجهیزات دریافت از ماهواره و تغییرات آنها را به وزارت کشور اعلام می‌نماید تا وزارت کشور نسبت به جمع‌آوری تجهیزات استفاده‌کنندگان غیرمجاز و معرفی آنان به مراجع قضایی اقدام کند.

ماده (۴) - شرکت‌های تولیدکننده و سازنده داخلی چنانچه حسب نیازهای و سفارش سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران و وزارت پست و تلگراف و تلفن براساس قراردادهای منعقد شده مبادرت به تولید و ساخت تجهیزات موضوع قانون در مدت قرارداد نمایند از شمول ممنوعیت‌های مندرج در مواد (۸) و (۹) قانون خارج بوده و وزارت کشور متعرض آنها نخواهد شد.

وزارت کشور مکلف است ضمن تدوین دستورالعمل لازم، ترتیبی اتخاذ کند تا مأمورین انتظامی در مقام اجرای مواد (۸) و (۹) قانون متعرض مأمورین و متصدیان حمل و

نقل، انبارها و مراکز نصب و تعمیر و نگهداری سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران و وزارت پست و تلگراف و تلفن نگردند و همکاری‌ها و هماهنگی‌های لازم را معمول کنند. ماده (۵) - دستگاه‌های فرهنگی کشور برای تحقق مفاد ماده (۴) قانون و به منظور تبیین اثرات مخرب استفاده از برنامه‌های ماهواره‌ای و نیز سایر دستگاه‌های اجرایی برای تحقق ماده (۱۰) قانون موظفند با وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران حسب مورد همکاری نمایند.

کلیه دستگاه‌های فرهنگی کشور مکلفند قبل از تصویب بودجه سالانه کل کشور، طرح‌های لازم پیشنهاد خود را جهت مقابله با تهاجم فرهنگی و تبیین اثرات مخرب برنامه‌های منحرف‌کننده ماهواره به سازمان برنامه و بودجه ارائه کنند تا در بودجه سالانه آنان منظور گردد. ماده (۶) - وزارت کشور جهت جمع‌آوری تجهیزات دریافت از ماهواره با توجه به وظایف نیروی انتظامی اقدام خواهد نمود و حسب مورد می‌تواند از نیروی مقاومت بسیج استفاده نماید. ماده (۷) - کسانی که پس از انقضای مهلت مقرر در قانون به صورت داوطلبانه، تجهیزات خود را تحویل دهند، مشمول مقررات مربوط به کیفیات مخفیه در مجازات‌ها خواهند بود.

ماده (۸) - در اجرای ماده (۳) قانون، وزارت اطلاعات از طریق تعیین رابط، اخبار لازم را در اختیار وزارت کشور قرار خواهد داد. وزارت کشور با همکاری وزارتخانه‌های اطلاعات، فرهنگ و ارشاد اسلامی و پست و تلگراف و تلفن و گمرک ایران با توجه به اخبار و اطلاعات واصل شده و راه‌کارهای ارائه شده توسط دستگاه‌های مزبور اقدامات اجرایی لازم را معمول خواهد داشت. بدین منظور ستادی متشکل از نمایندگان دستگاه‌های مزبور در وزارت کشور مستقر خواهد گردید.

ماده (۹) - وزارت کشور مکلف است در قبال توقیف تجهیزات موضوع قانون صورت‌جلسه‌ای تنظیم و نسخه‌ای از آن را جهت اجرای تبصره ماده (۳) قانون به سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران ارسال نماید.

ماده (۱۰) - تجهیزات موضوع قانون که به‌طور داوطلبانه به وزارت کشور تحویل داده می‌شود یا حسب مورد توسط وزارت کشور و مرجع صلاحیت‌دار قضایی ضبط و مصادره می‌شود، ماهانه طی صورت‌جلسه‌ای با امضای نمایندگان وزارت کشور، مرجع ذیربط قضایی و سازمان صداوسیما به مراکز استانی سازمان صداوسیما تحویل داده خواهد شد.

ماده (۱۱) - تعریف تجهیزات مشمول قانون بر عهده وزارت پست و تلگراف و تلفن است. وزارت پست و تلگراف و تلفن موظف است ظرف یک ماه نسبت به ارائه تعاریف مربوط اقدام نماید.

تبصره - تشخیص تجهیزات فنی مشمول قانون در مبادی ورودی و سایر نقاط کشور براساس قوانین و مقررات جاری کشور، بر عهده دستگاه‌های ذیربط خواهد بود.

ماده (۱۲) - در اجرای تبصره ماده (۶) قانون، سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران به منظور واردات فرستنده‌ها، تجهیزات تولید و پخش و لوازم یدکی متعلق به آنها، مواد اولیه تولید فیلم و سریال از اخذ مجوز ورود و گواهی عدم ساخت وزارتخانه‌ها و سازمان‌های دولتی نظیر وزارتخانه‌های پست و تلگراف و تلفن، صنایع و بازرگانی و گواهی سازمان انرژی اتمی و ثبت سفارش وزارت بازرگانی معاف است.

ماده (۱۳) - وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران در اجرای تبصره ماده (۱۰) قانون مجازند به تناسب مسئولیت‌های خود دستورالعمل‌های لازم را برای تعیین آگهی‌های تبلیغاتی غیرمجاز تدوین و بنا به حوزه صلاحیت خود، راساً و به‌طور جداگانه به ناشرین و مطبوعات و بنگاه‌های تبلیغاتی همچنین واحدهای داخلی و تابع خود ابلاغ نمایند.

ماده (۱۴) - دستگاه‌ها و سازمان‌ها می‌توانند با ذکر دلایل توجیهی به امضای بالاترین مقام اجرایی خود برای استفاده از تجهیزات گیرنده برنامه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی درخواست مجوز کنند.

تبصره - مسئول واحد استفاده‌کننده از تجهیزات در برابر هر گونه استفاده غیرقانونی از آن پاسخگو خواهد بود. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی دوره‌های توجیهی مناسب را برای آموزش و آمادگی این مسئولان برگزار می‌کند. تأیید صلاحیت مسئولان منوط به موفقیت در این دوره‌ها است.

متذکر می‌شود که آیین‌نامه اجرایی این قانون در جلسه مورخه ۹ فروردین ماه سال

۱۳۷۴ هیئت وزیران به تصویب رسیده است.



پیوست ۲ - پرسشنامه

بسمه تعالی

نوجوان / جوان عزیز تهرانی

با سلام، این نظرسنجی به منظور مشخص شدن «عوامل جذب کننده نوجوانان و جوانان به تماشای اخبار تلویزیون فارسی بی.بی.سی» انجام می‌شود. در قالب این طرح تحقیقاتی همچنین عملکرد خبری رسانه ملی (شبکه‌های متعلق به سیمای جمهوری اسلامی ایران) با تلویزیون فارسی «بی.بی.سی» مورد مقایسه قرار می‌گیرد.

با توجه به اینکه نیازی به معرفی خود و ذکر نام و نام خانوادگی نیست، از حضورتان خواهشمند است با پاسخ دقیق با این سؤالات به واقعی شدن نتایج تحقیق کمک فرمایید

با تشکر - آذرماه ۱۳۸۹

مشخصات فردی			
جنس: زن <input type="checkbox"/>		مرد <input type="checkbox"/>	
سن: ۱۰ تا ۱۴ <input type="checkbox"/>		۱۵ تا ۱۹ <input type="checkbox"/>	
۲۰ تا ۲۴ <input type="checkbox"/>		۲۵ تا ۲۹ <input type="checkbox"/>	
تحصیلات: راهنمایی <input type="checkbox"/>		دیپلم <input type="checkbox"/>	
دبیرستان <input type="checkbox"/>		فوق دیپلم <input type="checkbox"/>	
لیسانس <input type="checkbox"/>		فوق لیسانس <input type="checkbox"/>	
شغل: دانش آموز <input type="checkbox"/>		دانشجو <input type="checkbox"/>	
شاغل <input type="checkbox"/>		بیکار <input type="checkbox"/>	

۱. در خانه خود چه نوع تلویزیونی دارید؟

معمولی  ال.سی.دی (ال.ای.دی)

۲. آیا به شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای هم نگاه می‌کنید؟

بلی  خیر

۳. در شرایط دسترسی مساوی، برای اطلاع از اخبار و رویدادهای ایران و جهان، کدامیک از رسانه‌های زیر را ترجیح می‌دهید؟

روزنامه‌ها  صدا و سیما

شبکه‌های ماهواره‌ای  شبکه اینترنت

۴. برای اطلاع از اخبار، از میان شبکه‌های خبری ماهواره‌ای زیر بیشتر به کدام شبکه مراجعه می‌کنید؟

صدای آمریکا (VOA)  تلویزیون فارسی «بی.بی.سی»

شبکه من و تو  شبکه یورونیوز

۵. خبرهای ورزشی ایران و جهان را کدامیک از شبکه‌های زیر بهتر پوشش می‌دهند؟

شبکه ۳ صدا و سیما  تلویزیون فارسی «بی.بی.سی»

۶. اگر به دنبال خبرهای سیاسی روز باشید، ابتدا سراغ کدام شبکه می‌روید؟

اخبار صدا و سیما  تلویزیون فارسی «بی.بی.سی»

۷. شما به اخبار کدامیک از شبکه‌های زیر اعتماد بیشتری دارید؟  
 صدا و سیما  تلویزیون فارسی «بی.بی.سی»
۸. کدامیک از این شبکه‌ها بیش از دیگری اخبار مورد نظر شما را پخش می‌کنند؟  
 صدا و سیما  تلویزیون فارسی «بی.بی.سی»
۹. نحوه ارائه خبر در کدامیک از شبکه‌ها بهتر است؟  
 اخبار صدا و سیما  تلویزیون فارسی «بی.بی.سی»
۱۰. کدامیک از این شبکه‌ها در زمینه تهیه و پخش اخبار صداقت (راستگویی) بیشتری دارند؟  
 صدا و سیما  تلویزیون فارسی «بی.بی.سی»
۱۱. کدامیک از شبکه‌ها در زمینه تهیه و پخش اخبار نسبتاً بی‌طرف هستند؟  
 صدا و سیما  تلویزیون فارسی «بی.بی.سی»
۱۲. در میان دو رسانه زیر کدامیک از اخبار را متناسب با میل و منافع خود تحریف می‌کنند؟  
 صدا و سیما  تلویزیون فارسی «بی.بی.سی»
۱۳. کدامیک از شبکه‌های زیر اخبار مغایر و مخالف با منافع خود را سانسور می‌کنند؟  
 صدا و سیما  تلویزیون فارسی «بی.بی.سی»
۱۴. کتمان حقایق یا حذف و نادیده گرفتن واقعیت‌ها در کدامیک از این شبکه‌ها بیشتر است؟  
 صدا و سیما  تلویزیون فارسی «بی.بی.سی»
۱۵. کدامیک از این دو شبکه از نظر ترتیب پخش اخبار به اولویت‌های مورد نظر شما توجه دارند؟  
 صدا و سیما  تلویزیون فارسی «بی.بی.سی»
۱۶. گویندگان خبر در کدامیک از این شبکه‌ها آراستگی ظاهری بیشتری دارند؟  
 صدا و سیما  تلویزیون فارسی «بی.بی.سی»
۱۷. دکوراسیون و نورپردازی در کدامیک از این دو رسانه جذاب است؟  
 صدا و سیما  تلویزیون فارسی «بی.بی.سی»
۱۸. نوآوری، ابتکار و خلاقیت در کدامیک از این دو شبکه بیشتر است؟  
 صدا و سیما  تلویزیون فارسی «بی.بی.سی»
۱۹. در مجموع چقدر از اخبار شبکه‌های صدا و سیما رضایت دارید؟  
 ۰ تا ۲۵ درصد  ۲۵ تا ۵۰ درصد   
 ۵۰ تا ۷۵ درصد  ۷۵ تا ۱۰۰ درصد
۲۰. اگر اخبار تلویزیون فارسی «بی.بی.سی» را می‌بینید چقدر از آن رضایت دارید؟  
 ۰ تا ۲۵ درصد  ۲۵ تا ۵۰ درصد   
 ۵۰ تا ۷۵ درصد  ۷۵ تا ۱۰۰ درصد

## منابع و مأخذ

۱. قرآن کریم و ترجمه‌ها و تفاسیر معتبر دانشمندان شیعه و سنی.
۲. باگدیکیان، بن اچ (۱۳۸۵). *انحصار نوین رسانه‌ای*، ترجمه علیرضا عبادتی، تهران، انتشارات روایت فتح.
۳. برنامه تلویزیونی سفر بخیر، ۱۳۹۲/۱۲/۲۸.
۴. برومند، صفورا (۱۳۸۴). *تاریخ‌نگاری به سبک «بی.بی.سی.»*، تهران، دفتر پژوهش‌های رادیو.
۵. سلطانی‌فر، محمد و هاشمی، شهناز (۱۳۸۲). *پوشش خبری*، تهران، انتشارات سیمای شرق.
۶. سورین، ورنجی و جیمز دبلیو تانکارد (۱۳۸۸). *نظریه‌های ارتباطات*، ترجمه علیرضا دهقان، انتشارات دانشگاه تهران.
۷. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی (۱۳۸۱). سال نهم، ش ۳۱-۳۰.
۸. قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، *استفساریه‌های شورای نگهبان و نیز متن قانون ممنوعیت به‌کارگیری تجهیزات دریافت از ماهواره مصوب ۱۳۷۳*.
۹. *قانون برنامه پنجساله پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی (۱۳۹۴-۱۳۹۰)*، اداره کل قوانین مجلس شورای اسلامی.
۱۰. *قانون برنامه پنجساله چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی (۱۳۸۸-۱۳۸۴)*، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور.
۱۱. مرکز آمار ایران (۱۳۸۶). *سالنامه آماری ۱۳۸۵*.
۱۲. مرکز تحقیقات صداوسیما جمهوری اسلامی ایران (۱۳۹۱). «گزارش نشست روند فناوری ماهواره‌ای»، فصلنامه مطالعات ماهواره و رسانه جدید، ش ۱.
۱۳. معتمدنژاد، کاظم (۱۳۸۶). *حقوق ارتباطات*، تهران، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
۱۴. مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۸۴-۱۳۸۳). «جزوه نظریه‌های ارتباطات جمعی»، گروه علوم ارتباطات اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی.
۱۵. وردی‌نژاد، فریدون و شهلا بهرامی (۱۳۸۸). *جامعه‌شناسی خبر*، تهران، انتشارات ثانیه.

16. Voice of America (VOA)

17. British Broadcasting Corporation (chanel) Persian TV

18. <http://payamno.com/detail=52781>

19. <http://tnews.ir/news/21C515504106.html>

20. <http://www.irinn.ir/news/60985/26tir>

21. <http://www.salamatnews.com/news/116253>

22. <http://www.tabnak.ir/fa/news/296096>

23. <http://dana.ir/news/77459.htm>

24. [www.eghtesadonline.com/fa/content/](http://www.eghtesadonline.com/fa/content/)
25. [www.farsnews.com/newstext.php?nn=](http://www.farsnews.com/newstext.php?nn=)
26. [www.aftabnews.ir/fa/news/125374/](http://www.aftabnews.ir/fa/news/125374/)
27. [www.asriran.com/fa/news/336728/](http://www.asriran.com/fa/news/336728/)
28. [www.dolat.ir/nsite/fullstory/news/?](http://www.dolat.ir/nsite/fullstory/news/)
29. [www.mehrnews.com](http://www.mehrnews.com)
30. <http://fa.wikipedia.org>